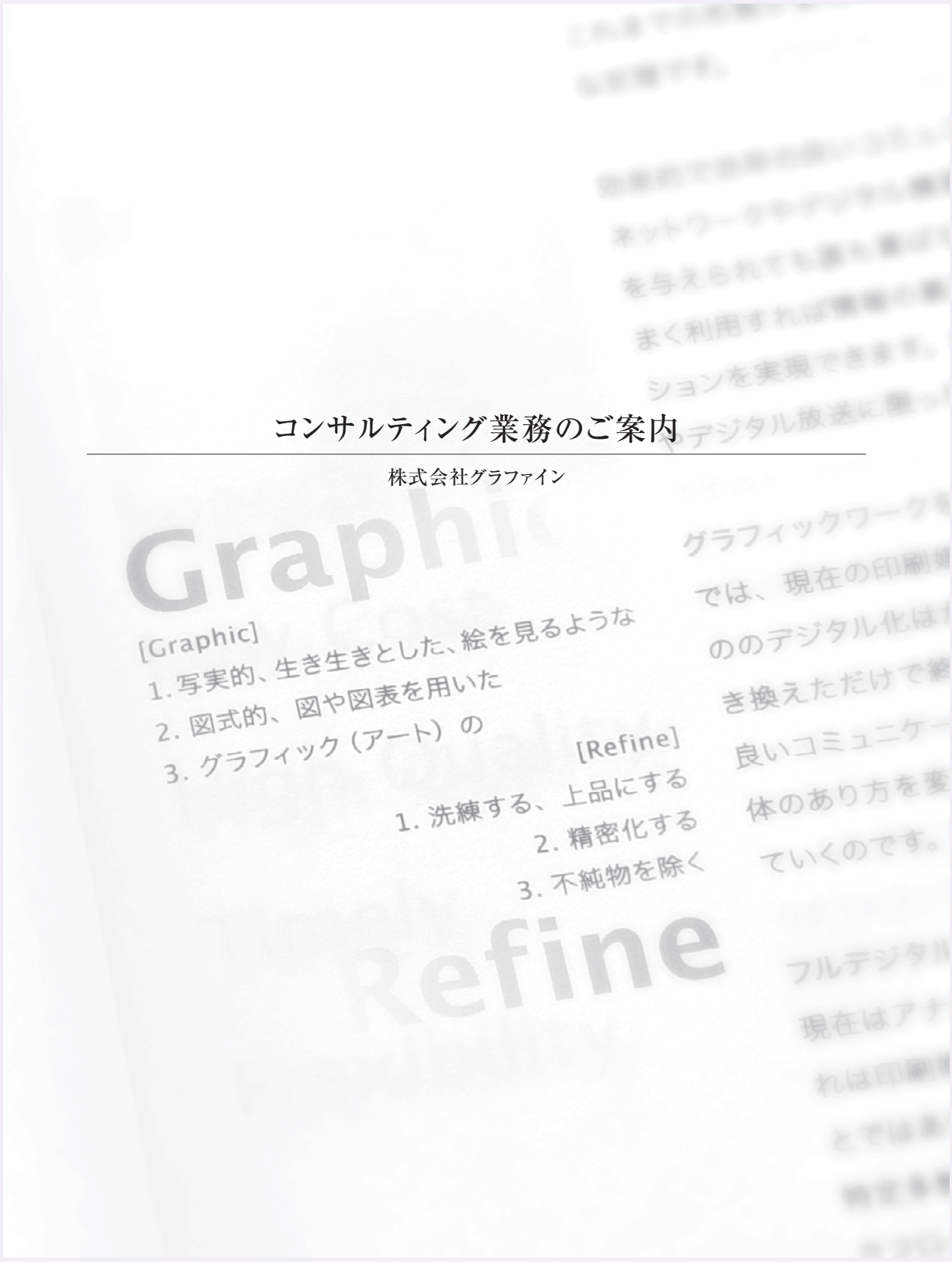
2010.12

コンサルティング業務のご案内

株式会社グラファイン



グラフィックワークコンサルティング／印刷マネジメント

Grafine

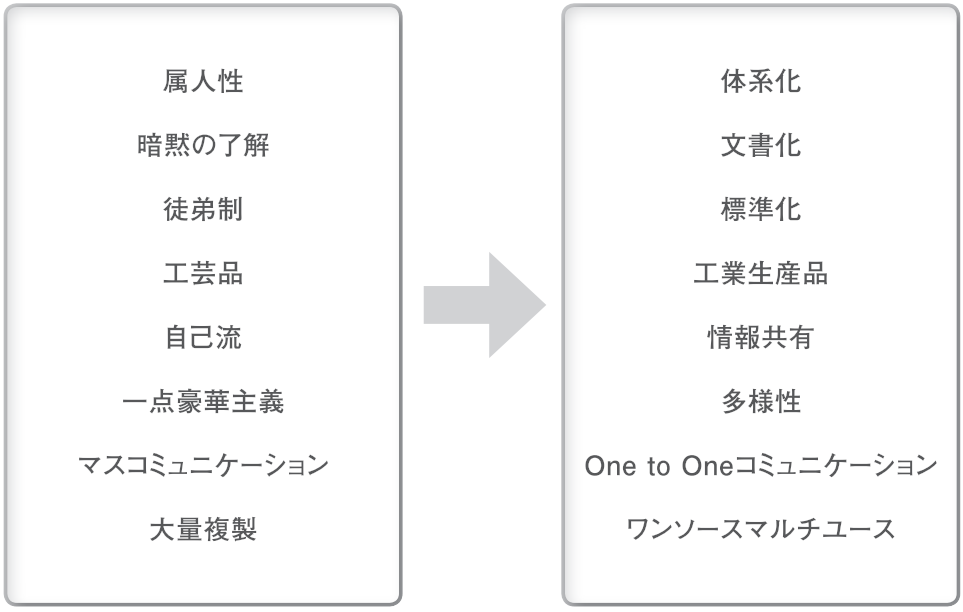
www.grafine.com

グラフィック・コミュニケーションの最適化のために

IT社会が現実のものとなった現在、グラフィックデザインや印刷物の受発注に関わる者は、そのメリットを手にしているでしょうか。アナログからデジタルへ制作・印刷手法は変わり、デジタル環境も刻一刻と変化していく過渡期にあって、混乱ばかりが目立ちます。本来の制作・印刷業務に集中できていないのが実情であり、残念ながら現時点では「メリットを手にしていない」と言わざるを得ません。

では何故、メリットを得られないのか。社会の様々な局面で見られることとも通じますが、これまでの古い仕事の方法論をそのまま残そうとしているからです。徒弟制度で引き継がれた方法がデジタル化によって分断されたにもかかわらず、過去の延長を個人個人の自己流で進めているからです。

こうした効率の悪さを解消し、さらには新しいコミュニケーション手法へと発展させるために、株式会社グラファインではグラフィックワークフローに関するコンサルティングや印刷マネジメントを行っています。コストダウンやスピードアップ、クォリティアップ等多くのメリットを提供し、情報の細分化や最適化によって販売に繋がるコミュニケーション手法を構築いたします。



グラフィック関連業務で、こんな悩みをお持ちではありませんか。

販促物のコストを
削減したい!

クリエイティブに
労力を割きたい!

社外の担当者と
シームレスに連携したい!

編集作業の手間を
削減したい!

スタッフのスキルを
向上させたい!

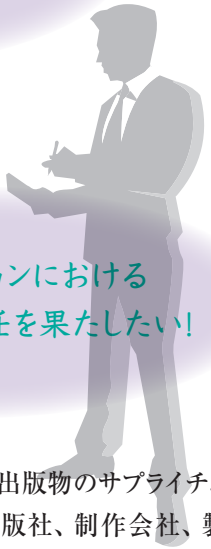
ファイルを効率良く
管理したい!

社内の他部門との
情報共有を円滑に進めたい!

無駄な広告を
なくしたい!

パッケージデザインを
製造工程のSCMに組み込みたい!

バラバラな仕事の進め方を
改善したい!

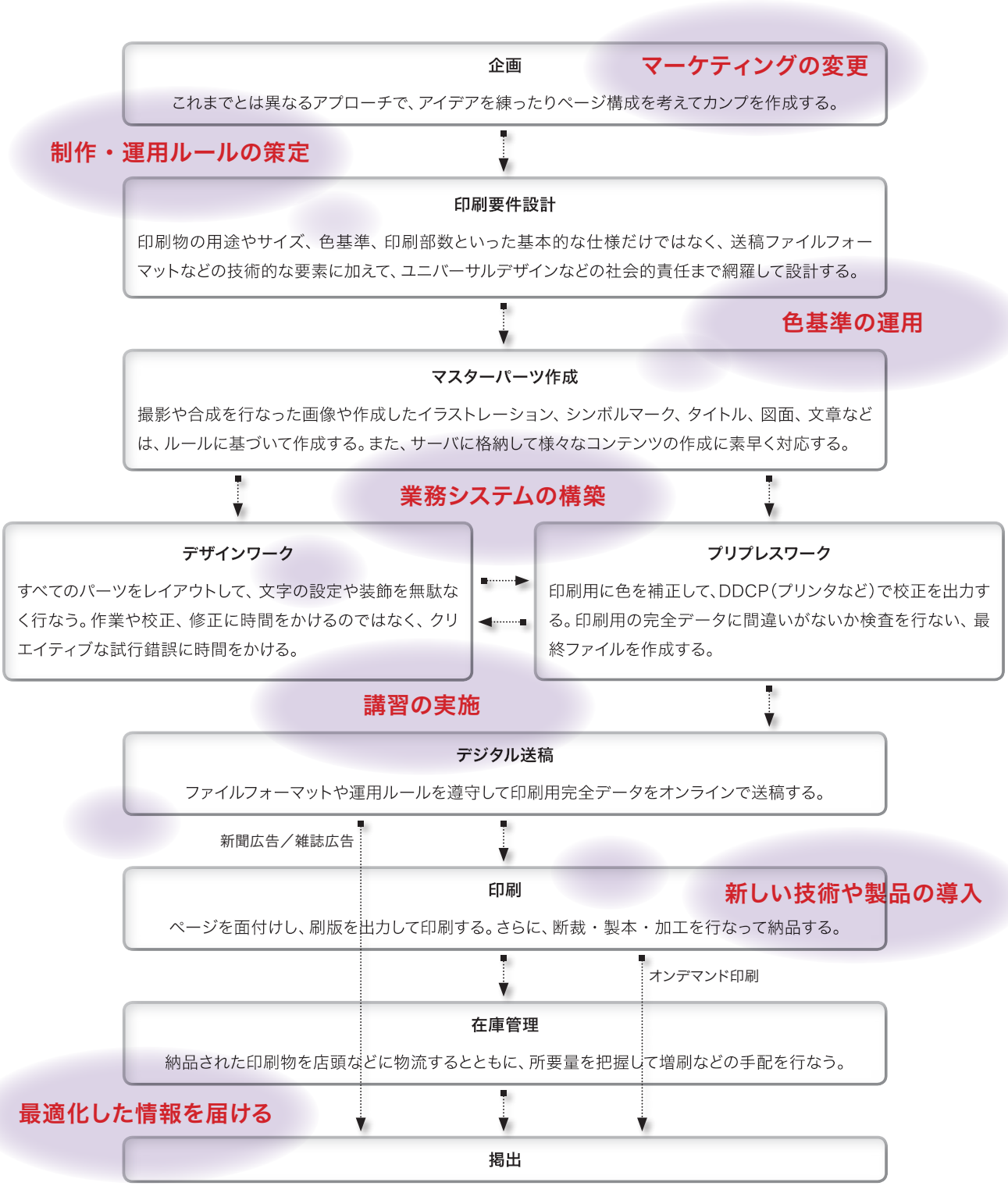


コミュニケーションにおける
企業の社会的責任を果たしたい!

印刷物の
環境対応を進めたい!

グラファインは、広告や販売促進物あるいは出版物のサプライチェーンを改革します。一般企業、広告会社、出版社、制作会社、製版会社、印刷会社といったワークフローの川上から川下まですべての方々にビジネスモデルの変革を促し、スキルとアイデアによってメリットを提供いたします。

仕事の進め方を修正すれば解決できます。



印刷物といっても、広告・カタログ・チラシ・出版物・広報紙・マニュアル・取扱説明書など様々な用途があります。グラファインでは、どんな印刷物にも共通となる基本的なワークフローを定め、24要件120項目の体系化に基づいて業務改革を行ないます。

コストダウンだけではなく、コミュニケーションを改革します。

ワークフローの無駄をなくせば当然スピードは上がり、コストは下がります。技術の進歩による物理的な品質の向上とともに、クリエイティブに注ぐ労力が増えれば、創造的なクォリティも上がります。さらに全体的な改革が進めば、固定的なコミュニケーションから自由度の高いコミュニケーションに変えることが可能です。つまりタイムリーでフレキシビリティのある情報提供ができるのです。

業務改革：印刷物発注

グラフィック・コミュニケーション産業の改革はこれから

情報を作成して流通させるグラフィック・コミュニケーション産業は、一般企業・広告会社・制作会社・媒体社・印刷会社から成り立っています。IT革命によって他の産業が劇的な変化を遂げているのに比べると、コミュニケーション産業の改革は進んでいません。

理由の一つには、N対Nの関係で成立している業種ゆえ自社完結できないことがあります。また、業務の核となるのはその中身であると考え、作業工程を軽視している状況もあるでしょう。さらには、マスコミュニケーションという過去の成功モデルを守ろうとするあまり、自己改革ができない体質になっていると言わざるを得ません。

印刷物の制作・流通工程もサプライチェーンと位置付けて、マーケティングプランの構築から最終的な掲出に至る全工程を対象にマネジメントを行ないましょう。

印刷物の投資効果を高める

コミュニケーションが多様化しデジタル機器が発達した現在、これまでのようなテレビCMの効果は見込めなくなりました。新聞や雑誌なども含めて、マスコミュニケーションの衰退は誰の目にも明らかになっています。また、大量に複製しただけの印刷物では、消費者の欲求には応えられません。さらには、受注者である広告会社や印刷会社自らがコストダウンを提案することは、彼らの利益構造によって難しく、プロフェッショナルな第三者の関与こそが業務改革の鍵となります。企業は、コミュニケーションの機会を最大限に生かすために課題を解決し、投資効果を高める必要があるのです。

印刷物発注業務における課題解決例

○請求費目を統一し、無駄な作業を排除して、制作及び印刷関連外注費を削減する。
○運用ルールによって業務の全体最適を進め、社員の人件費を削減する。
○カラーマネジメントによる品質管理で校正業務を削減し、社員を本来業務に集中させる。
○コラボレーションツールによって社内外との連携を強化する。
○写真や文章などを相手によって変更するバリアブル印刷で、DM効果を向上させる。
○コミュニケーション活動全体をマーケティングとプロダクトの両面で見直す。

外注先に業務改革を

広告会社・制作会社・製版会社・印刷会社はデジタルワークに関する適切な知識や技能を備え、費用対効果の高い業務を遂行していますか。また、発注者に利益となる提案が行なわれていますか。グラファインでは、24要件120項目の体系化に基づき、こうした協力会社を含めたワークフローとして業務改革を実行します。

一般企業広告・販促担当者向け講習プログラムの一例

コンピュータによる広告制作とは／色基準（印刷基準）とは／撮影・画像合成・イラスト作成の注意点／デザインワークは何を行なうか／プリプレスワークは何を行なうか／印刷の基礎／PDFファイルの基礎／Acrobat活用法／デジタルワークにおける役割・責任／プレゼンテーションファイルの作成／グラフィックコミュニケーションの将来

業務改革：デザインとプリプレス

進化したコンピュータ環境には専門の知識が必要

広告・販促物の制作や編集デザインを取り巻くコンピュータ環境は高度化、複雑化が進行しました。その結果、プロとしてのスキルが低いスタッフは作業効率が上がらず、間違いも発生しやすくなっています。一方で、デジタルワークのための高度なスキルを持つスタッフは簡単に養成できません。

現在、多くの制作現場では日常業務をこなすことで手一杯になり、こうしたデジタル化の対応が後回しになっているのではないでしょうか。アプリケーションを新しいバージョンに更新しただけでは、業務は変わりません。仕事の進め方を変えましょう。

プリプレスワークをデザインワークと一体化

印刷原稿となる完全データの作成は、パソコンやプリンタがあれば作業を完了できる時代になりました。今まで製版業務として印刷工程に組み込まれていた作業を、プリプレスワークとしてデザインワークと一体化させれば、データを一方通行で送って印刷できます。

このように、制作業務は効率を向上させながらコストを下げたり、トータルに仕事を獲得するチャンスに溢れているのです。

ワークフロー再構築と教育の実施

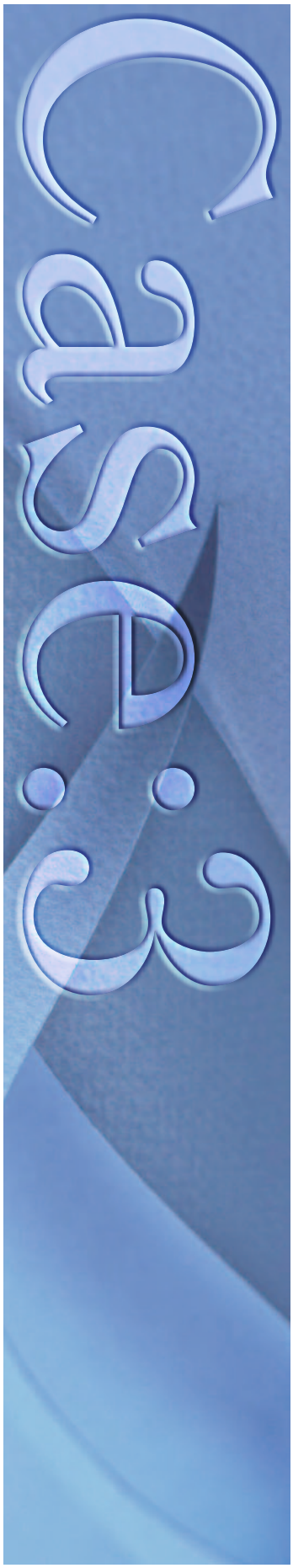
ハードやソフトに投資を行い、制作システムと運用ルールを確立し、そのための教育を行う。つまりワークフローの再構築を行えば、以下のような課題を解決することは難しいことではありません。プロフェッショナルな提案に基づいて業務改革を実行すれば、必ず改革に応じたリターンを得られるはずです。

制作業務における課題解決例

○最新のハードやソフトで制作環境を構築し、スタッフのスキルを向上させる。
○ネットワークやデータベースなどの活用で、作業効率を向上させる。
○カラーマネジメントによる品質管理で、校正業務を削減する。
○完全データの作成とデジタル送稿に対応したスキルを獲得する。
○テクニカルディレクターを養成する。
○10年先を見据えた経営戦略を立てる。

デザイナー／プリプレススタッフ／テクニカルディレクター／アートディレクター／編集者向け講習プログラムの一例

ポストスクリプトの基礎／フォントの基礎／カラーマネジメントの基礎／プリプレスワークは何を行なうか／新しい印刷／撮影・画像合成・イラスト作成の注意点／透明効果の基礎／PDFファイルの基礎／Acrobat活用法／デジタル送稿のルール／デジタルワークにおける役割・責任／プレゼンテーションファイルの作成／Adobe Creative Suite 2 プロフェッショナルブックの解説



業務改革：印刷

印刷業界の変革は大きなチャンス

近年、印刷業界は大きな変革の最中にいます。経営に携わる方は確固としたビジョンを持ち、新しいビジネスモデルを構築するという意識を持って取り組まなければなりません。これまでの仕事の方法論を捨てて、技術の進化を利用する者にとっては、この変革は大きなチャンスです。

必要なのは業務の選択と集中

これまでの印刷業務は色分解等の製版業務も含めたものとなっています。ところが、この役割分担は混乱を助長するばかりで、デジタル化の恩恵には繋がりません。ワンソースマルチユースを進めるためにはプリプレス（製版）とプレス（印刷）を明確に分ける必要があるからです。

プリプレスワークは業務の領域を広げることが可能であり、印刷機は多様化と自動化が進んでいます。つまり、自社の業務を見直して改革を進めれば、業務の選択と集中により利益を生みやすい状況にあるといえます。

標準化が欠かせない印刷

印刷機は自動化が進み、従来の印刷とは異なるプリンタが進化した手法も台頭してきました。また、環境負荷など対処すべき事案が増えている一方で、発注者が望んでいることは無駄のない生産です。

こうした課題に対処するためには標準化が欠かせません。ルールに則って印刷用完全データを作成し、そのデータをルール通りに印刷しなければならないのです。標準化によって生産性や費用対効果が高まれば、発注者も受注者もメリットを得られます。

印刷業務における課題解決例

○PDF/Xによるワークフローで、印刷機の稼働率を上げる。
○PDF/VTによるワークフローで、費用対効果を向上させる。
○Japan Color 認証制度を活用して業務委託を増加させる。
○完全データの作成と出力・印刷工程を基準通りに運用する。
○営業担当者を再生し、テクニカルディレクターを養成する。

印刷営業担当者向け講習プログラムの一例

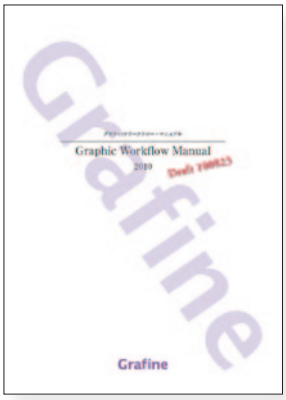
コンピュータによる広告制作とは／色基準（印刷基準）とは／撮影・画像合成・イラスト作成の注意点／デザインワークは何を行なうか／プリプレスワークは何を行なうか／印刷の基礎／PDFファイルの基礎／Acrobat活用法／デジタル送稿のルール／デジタルワークにおける役割・責任／プレゼンテーションファイルの作成／グラフィックコミュニケーションの将来

コンサルティング業務のご依頼は、下記を参考にご検討ください。

Method Machine Man

コンサルティング（包括契約）

マニュアル作成やシステム構築といった業務改革、外注費の検証、発注担当者やスタッフの教育、マーケティングプランの立案等ご要望に応じて様々な提案をさせていただきます。3M（Method / Machine / Man）をベースとする計画を策定し、必要な場合は他企業とも連携して各施策を実行します。また、新しいビジネスモデルの構築といった事業に対する企画立案も行ないます。



マニュアル作成

ワークフローを再構築するための基本的なポリシーとともに、詳細な運用・制作ルールを策定します。技術的な視点だけではなく、企業の社会的責任や環境対策まで踏まえた24要件120項目の体系化によって、あらゆる印刷物の理想的なワークフローをマニュアルとして文書化します。

システム構築

プロセスマネジメント、コンテンツマネジメント、カラーマネジメントを軸として、グラフィック関連業務に必要となるシステムを構築します。数100MB～数GBなどの大容量ファイルにも対応できるグループウェアやデータベース。定型作業を自動化するグラフィックソフト。マニュアルで規定したルールに則った入札システムなどを必要に応じて構成します。また、プリンタやモニタなどのハードウェアについても適切な製品の導入をサポートします。

グループウェア　データベース　自動組版　校正出力
印刷入札　ストレージ　進捗管理　在庫管理

発注担当者・スタッフ教育

単なるアプリケーションの使用方法ではなく、技術・運用の両面から想定するワークフローを前提に、担当者それぞれの役割に則った講習を行ないます。一般企業の方から制作スタッフや印刷営業の方まで、紙メディアに関わるすべての方を対象としてプログラムを用意しています。

コンサルティング手順の一例

ご相談 → （無料デモ） → 業務改革計画のご提案 → ご契約 → 調査及び評価 → 社内各部門ヒアリング → 協力会社ヒアリング → マニュアル作成 → 導入システム検討 → 講習 → 社内オリエンテーション → 社外オリエンテーション → 他ブランド／アイテムに展開

印刷マネジメント（プリントマネジメント）

現在の制作・印刷物の発注方法などに問題はないか調査を行ない、改善点を提案させて頂きます。制作会社や印刷会社から独立した立場ですので、客観的な視点で合理的に判断できます。運用ルールや入札仕様の策定、環境負荷への対応などをマニュアルとしてルール化し、サプライチェーンマネジメントを成功に導きます。

マーケティングプラン立案

現在発行されている新聞や雑誌を始めとする紙メディアの形態は長い間ほとんど変わっていません。誰もが同じ情報に接していますが、これは当たり前のことでしょうか。必要な情報は人それぞれ異なるはずです。

グラファインは固定観念に縛られずに紙メディアの新しいコミュニケーション方法を模索し、デジタルワークによって得られるメリットを踏まえて、有効なマーケティングプランの立案をお手伝いいたします。

Marketing

1Dayアドバイス

自己流で作業を進めていると、技術の進化によって得られるはずのメリットに気付かないものです。速効性を求める場合にはコンサルティングの提案は行わずに、1日で集中的に相談や講習を行います。SOHO系クリエイターの方に適しています。

執筆・講演

従来の広告や販促物、出版物では捉えきれないほどコミュニケーションの接点は多様化しています。フリーペーパー、電子出版、パッケージ、店頭POP、デジタルサイネージなども含めたクロスメディアで考察しなければなりません。広い視点と深い洞察力に基づいて、ワークフローやコミュニケーションなどのテーマに即した原稿執筆や講演を承ります。

広告企画制作

広告や販売促進物の企画制作も承りますが、コンサルティング契約には含みません。別途企画制作費を申し受けます。

お気軽にお問い合わせください。

info1@grafine.com または **03-3997-4922**

会社概要

■商号：株式会社グラファイン　■所在地：東京都練馬区高野台1-7-3-902
■設立：2004年10月　■資本金：1,000万円　■電話：03-3997-4922
■業務内容

広告、販売促進物及び出版物の制作・印刷に関するコンサルティング
広告、販売促進物及び出版物の制作・印刷に関するビジネスプラン構築
広告、販売促進物及び出版物の制作・印刷に関する執筆・講演
広告、販売促進物及び出版物の制作・印刷に関わるスタッフの教育
広告、販売促進物及び出版物の企画制作
マーケティングプランに関するコンサルティング及び立案

■代表者：赤羽紀久生　■取引銀行：三菱東京UFJ銀行大泉支店

信頼されるパートナーとして選ばれるために。

代表取締役　赤羽紀久生　経歴

日本デザインセンター及び大広にてデザイナー／アートディレクター／クリエイティブディレクターとして約20年間広告制作に携わる。2004年に株式会社グラファインを設立し、これまでの業務で培ってきた制作者としてのスキルをベースに、制作～印刷業務におけるデジタルワークフロー構築のコンサルティングや啓蒙活動を行なっている。

NPO法人 日本パブリッシング協会 理事長（2007年～2009年）／ PDF委員会委員長（2005年～2009年）

（財）日本規格協会 高精細度画像データ交換技術標準化調査研究委員会WG2 委員（2003年度～2008年度）

（社）日本広告業協会 新聞広告デジタル送稿ワーキンググループ メンバー（1998年～2006年）

執筆　朝日新聞 私の視点「テレビ視聴率　新しいあり方、広く議論を」（2009年）
毎日コミュニケーションズ「ADOBE CREATIVE SUITE 4 クロスメディアガイドブック」（第1章／2009年）
玄光社「PDF プロフェッショナルブック」（2007年）
毎日コミュニケーションズ「+DTP」vol.1 ／ vol.3（2007年）
宣伝会議「進化する紙メディア」（2006年）
玄光社「Adobe Creative Suite 2 プロフェッショナルブック」（2006年）
玄光社 「コマーシャルフォト：デザイナーのためのフルデジタルワークフロー入門」連載他
Apple Webサイト「フルデジタルワークフロー入門」連載（2006年～2007年）
ハイデルベルグ Webサイト「制作アシストドットコム」連載（2006年～2007年）
宣伝会議「編集会議」2006年11月号
印刷学会出版部「印刷雑誌」2004年6月号
日本広告業協会「新聞広告デジタル制作・送稿ガイド」（2000年／ 2002年）

講演　日本パブリッシング協会：定例セミナー／JPC Conference（2004年～2009年）
電通「海外デジタル送稿の現状とこれから」（2009年）
OKI Printing Solutions Fair 2008「紙の価値を見直せ!」（2008年／全国8ヵ所）
日本印刷技術協会 PAGE 2007「進化する印刷メディア コミュニケーションの最適化とは」（2007年）
InDesign Conference 2007「PDFワークフローの極意」（2007年）
Photoshop World 2007「PDFの鉄則」（2007年）
ハイデルフォーラム21「進化する紙メディア　印刷産業よ、目を覚ませ!」（2007年）
日本印刷技術協会「進化する紙メディア」（2006年）
日本印刷技術協会 PAGE 2006「ワークフロー Next Step 紙メディアが目指す到達点とは」（2006年）
日本印刷技術協会「ワークフローの再構築とinter-Graphics の有効性」（2005年）
フォトイメージングエキスポ 2005「広告制作のデジタルワークフロー」（2005年）
日本印刷技術協会 PAGE 2005「富士ゼロックス inter-Graphics Special Stage：デジタルワークフローで何がどう変わる?」（2005年）
日本印刷技術協会 PAGE 2005「企業のコミュニケーション活動におけるサプライチェーン・マネジメント」（2005年）
全日本新聞広告製版会東部支部新春セミナー「10年後、あなたの会社は勝ち残っていますか」（2005年）

取材　日刊ゲンダイ「視聴率　録画率　こんなに違う」2009年6月19日号
DTP WORLD「コスト削減の切り札! 今さら聞けないPDFの謎、全部教えます」2009年4月号
印刷雑誌「特集ISO12647 印刷物と2つのISO規格」2009年3月号
朝日新聞 広告月報「ターゲットに届くエリア広告」2008年2月号
週刊文春「テレビを叱る」2007年12月27日号
クレオ「ユーザー会会報誌」2006年
宣伝会議「CMYKRGB」2006年
宣伝会議「編集会議」2006年3月号
ハイデルベルグ Webサイト「プリントバイヤーに聞く!」2005年